

Gipfel des Vergnügens

Trekking der sanften Schritte im Schatten der Achttausender

Kurt Luger

Nahezu eine halbe Millionen Touristen verbrachten im Jahr 2001 ihren Urlaub in Nepal, im Jahr 2006 waren es nur noch halb so viele. Vogelgrippe, SARS, 9/11 und die hausgemachte Krise, der langjährige Bürgerkrieg zwischen Rebellen und Königreich, führten zur Talfahrt dieses einst blühenden Wirtschaftszweiges. Mit dem Friedensabkommen hoffen die nepalesischen Tourismusanbieter auf bessere Zeiten und die Reservierungen für die kommende Saison stimmen tatsächlich optimistisch.

„**M**anchmal hatte ich das große Glück der Wunschlosigkeit gespürt, jene große Stille, die jede Musik und alle Schönheit der Erde erschließt.“ So schrieb Herbert Tichy, der mit Pasang Dawa Lama, Sepp Jöchler und Helmut Heuberger 1954 den Achttausender Cho Oyu zum ersten Male bestieg. Die sprachlose Dankbarkeit seiner Pilgerreise steht im Kontrast zu dem Lärm, der in jüngster Zeit als Folge der kommerziellen Erschließung der Himalaya-Gipfel entstand. Die Tourismusbranche exotisiert fremde Kulturen als Gegenwelt, damit diese als Reiseziel, als Reiz der Fremde, genügend ästhetische Faszination bekommt und gebucht wird.

Die Spiritualität des Himalaya, vor allem der Mythos des *Shambhala* bzw. dessen literarisierte Version wurde zur idealen Werbebotschaft. Das *Shangri-La* gilt als jener ferne Ort des unermesslichen Glücks und der ewigen Jugend, der verborgenen Täler, der berühmtesten und auch der namenlosen Berge, eine Geographie der Hoffnung. Eine Hoffnung auch für den Tourismus, der das größte Gebirge der Welt als Peripherie des Vergnügens in die globale Unterhaltungsindustrie integriert hat.

Gefühle des Glücks sind sowohl über als auch unter 8.000 Metern

möglich, etwa auf den Trekkingrouten im Schatten der Achttausender, mit atemberaubenden Blicken auf die Throne der Göttinnen. In Nepal, das auf der Landkarte der Sehnsucht ganz oben steht, machten sich zuletzt an die 80.000 Wanderer auf ihre Vibramsohlen, entweder voll durchorganisiert von einer Trekkingagentur in Kathmandu und deren internationalem Partner, oder als individuelle Teahouse-Trekker von Lodge zu Lodge.

Angepasste Tourismusindustrie

Die Trekking-Saison ist kurz, sie konzentriert sich auf vier Monate im Jahr. „Manchmal hatte ich das große Glück der Wunschlosigkeit gespürt, jene große Stille, die jede Musik und alle Schönheit der Erde erschließt.“ So schrieb Herbert Tichy, der mit Pasang Dawa Lama, Sepp Jöchler und Helmut Heuberger 1954 den Achttausender Cho Oyu zum ersten Male bestieg. Die sprachlose Dankbarkeit seiner Pilgerreise steht im Kontrast zu dem Lärm, der in jüngster Zeit als Folge der kommerziellen Erschließung der Himalaya-Gipfel entstand. Die Tourismusbranche exotisiert fremde Kulturen als Gegenwelt, damit diese als Reiseziel, als Reiz der Fremde, genügend ästhetische Faszination bekommt und gebucht wird.

In den Himalaya kommen Bergsteiger aus aller Herren Länder um hier „den Rand der Ewigkeit zu spüren“. Die Einheimischen spüren diesen Rand dort, wo er drückt. Da es keine Straßen im Bergland gibt, muß jede Rolle Keks und jeder Sack Reis auf dem Rücken von Trägern transportiert werden. Sie gehen mit ihren Lasten nicht wie Reinhold Messner *Bis ans Ende der Welt*, sondern verkehren auf dem kürzesten Weg und in angepasster Geschwindigkeit. Das Trekking genannte Bergwandern ist ein Importprodukt, keine einheimische Verhaltensweise und der Reiz dieses Sportes ist für die Einheimischen kaum nachvollziehbar.

Faszination Höhe

Seit die fernen Gipfel in erreichbare Weite gerückt sind, schiebt sich der Bürokörper oder auch der athletische Alpenbergsteiger in jene Höhenlagen und Gefahrenzonen vor, die er oder sie, meistens er, nur aus der Sehnsuchtsliteratur, aus Diavorträgen und Filmen kennt. Ein exquisites Bedürfnis nach Körpersensationen wird gestillt. Etwas Leben ins Leben zu bringen, Grenzerfahrungen zu machen, Erlebnisse zu konsumieren, Erzählstoff für die Enkel und Bilder fürs Album zu sammeln, zeitlich beschränktes Ausklinken aus der Normalität und Überhöhung des All-

tags, Abenteuer light – der Himalaya dient als Belohnung und Entschädigung zugleich.

Von der Höhe geht eine magische Faszination aus. Für die einfachen Wandervögel sind nicht die Gipfel selbst das Ziel, sondern deren Basislager und die Pässe von über 5.000 m Höhe, die überschritten werden. Für Trekking-Gipfel um die 6.000 m braucht man nicht nur besondere Genehmigungen, sondern auch entsprechende Ausrüstung wie Steigeisen und einen gut trainierten Körper.

Romantisierung des Blicks

Der eigentliche Zweck jeder Reise besteht jedoch darin, zurückzukehren, um nach der Heimkehr selbst zu einer Sehenswürdigkeit zu werden. Zu dieser Behübschung der Biographie bedarf es vieler Abbildungen. Was forderte schon vor langer Zeit Sir Edmund Hillary, der berühmteste Imker dieser Welt und Erstbesteiger des Mount Everest, von einem sanften und verantwortungsbewussten Trekker: „Nichts hinterlassen als Fußspuren, nichts mitnehmen als Fotos“.

Letztlich ist es die Mischung – die beeindruckende Landschaft, das Kör-

pererlebnis, das kontrollierbare Wagnis und die Erfahrung des Exotismus. Die Wahrnehmung des Fremden, der Menschen und deren Kultur irritiert viele, die allorts sichtbare Armut verunsichert, stört das ungetrübte Urlaubsglück. Die Bergbauern im Himalaya leben zu 90 Prozent von den Felderträgen, aber in etlichen Regionen kommen die Familien damit nicht das ganze Jahr durch. Auf der Liste der ärmsten Länder der Welt steht Nepal ganz oben. Für viele Trekker, aber auch für Medien- und Tourismusprofis, gehört die Armut eher zur Reiseromantik. Durch ihre rosarote Brille betrachtet werden in den Schilderungen auch die Menschen des Himalaya zur Kulisse – wie die Berge.

Was bleibt den Einheimischen?

Ökologischer Tourismus steht im nationalen Entwicklungsplan ganz oben. Bis zum großen Einbruch im Jahr 2001 besuchte fast eine halbe Million ausländischer Touristen das Land, wovon ca. ein Viertel eine Trekkingtour buchte. Die Hälfte kommt aus asiatischen Ländern, 40 Prozent aus Europa, ca. 25.000 aus Deutschland, 4.000 aus Österreich. Der Tourismus ist neben der Teppich- und Textilproduktion der wichtigste De-

visenbringer Nepals. 2006 wurden nur noch 250.000 Touristen registriert. Die Branche wurde von der politischen Krise des Landes hart getroffen und auch die Weltpolitik meinte es nicht gut mit dieser Ecke Asiens.

Außer Zweifel steht, dass der – auch zahlenmäßig bescheidene – Tourismus in den Berggebieten Nepals enorme wirtschaftliche Impulse setzen kann. Die Dörfer in den hauptsächlichen Tourismusgebieten sind im Vergleich zu anderen Regionen auffallend weniger armselig, den Leuten geht es deutlich besser. Es kommt aber zu Abflüssen, denn der Reis, das Corned Beef und die Marmelade, die die Touristen konsumieren, werden in den Städten eingekauft. Es fließt also ein Teil des Einkommens aus den Destinationen wieder ab. Insbesondere in den Entwicklungsländern kann die Versorgung nur in den seltensten Fällen zur Gänze durch die Betriebe vor Ort gewährleistet werden. Das Leck ist aber größer, denn der Großteil der Trekkinggebühren verlässt erst gar nicht das Kathmandutal: er verschwand bislang als *kick back* in den Taschen der *fat cats* von Politik und Bürokratie. Man wird sehen, ob die Maoisten, die jetzt in der Regierung sitzen, diesem Treiben ein Ende bereiten bzw. sich ein neues Verantwortungsbewusstsein entwickelt.

Die Erfahrung zeigt, dass negative soziale und kulturelle Auswirkungen weitgehend vermieden werden können, wenn die touristische Erschließung vernünftig dimensioniert wird, die Einheimischen von Beginn an in die Planung einbezogen werden und sie eine entsprechende Ausbildung bekommen, somit auf die Touristen vorbereitet werden. Es funktioniert dort, wo das Leben nicht auf den Tourismus abgestimmt ist, sondern umgekehrt. Entwicklungsprojekte decken daher zu aller erst die basalen infrastrukturellen Bedürfnisse der Einheimischen ab: sauberes Trinkwasser, Toiletten, sichere Wege und Brücken. Für diese gemeinsam geplante und



Lodge in Loting

durchgeführte Projektarbeit hat sich der Begriff *community development*, die Entwicklung der Gemeinschaft und des Dorfes, durchgesetzt. Internationale Organisationen – so auch *Eco Himal* und die österreichische Entwicklungszusammenarbeit – setzen auf solche Entwicklungspartnerschaften, die den Tourismus – trotz des Risikos – in ökologisch sensiblen Regionen als zusätzliche Einkommensquelle nutzen. Angesichts der Belastungen des hochalpinen Ökosystems muss ein „grünes“ Produkt angeboten werden, d.h. eine adäquate Infrastruktur, damit Touristen ökologisch unbedenklich empfangen werden können.

Wie viele Touristen verträgt das Gebiet und wie viele Einheimische? Nicht die Touristen sind für den Kahlschlag ganzer Wälder verantwortlich. Einheimische Trekkingbegleiter und Informationsbroschüren klären über diesen Sachverhalt auf, nur wenige unverbesserliche Touristen widersetzen sich. In den meisten Fällen sind die Einheimischen (bzw. die eine Trekkinggruppe begleitenden Träger) die Umweltsünder. Mangels anderer Ressourcen und Energien werden sie gerade dazu gezwungen, die Natur auszubeuten.

In etlichen Schutzzonen und Nationalparks – nahezu ein Fünftel der gesamten Fläche Nepals steht unter Schutz – wurde der Tourismus zu einer wichtigen Einkommensquelle. Erst dadurch konnten die Einheimischen darauf verzichten, die Wälder, von denen sie bislang lebten, weiter auszubeuten. Erst jetzt – durch zusätzliche Erträge aus Dienstleistungen – können sie es sich leisten, Schutzmaßnahmen tatsächlich zu respektieren.

Der Tourismus gehört zu den wenigen Wirtschaftszweigen, die direkt eine Verbesserung der Lebensbedingungen ermöglichen, Arbeitsplätze und damit Einkommen schaffen, hungrige Mäuler stopfen. Es kommt aber entscheidend darauf an, ihn sozial-, kultur- und ökologiever-

Pentagon der Nachhaltigkeit im Tourismus

- langfristig möglich** – weil Entwicklung und Nutzung aller Ressourcen schonend betrieben wird
- kulturell verträglich** – Respekt gegenüber den lokalen Konventionen und Riten, Verzicht auf ausbeutende Kommerzialisierung, Anpassung an ortsübliche Standards
- sozial ausgewogen** – Nutzen und Nachteile gleichermaßen gestreut, Vermeidung von regionalen Disparitäten, Einheimische sind in die Entscheidungen eingebunden
- ökologisch tragfähig** – möglichst geringer Druck auf Umwelt, Vermeidung von Schädigungen der Biodiversität
- wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig** – profitables Geschäft für die lokale bzw. nationale Ökonomie, Schaffung von Einkommen für die einheimische Bevölkerung

träglich zu planen und zu organisieren. Die Messlatte dafür heißt *Sustainability*. In der deutschen Sprache haben wir dafür den Begriff Nachhaltigkeit, d. h. langfristiger Nutzen für alle Beteiligten, Einheimische wie Touristen, ökonomische wie ökologische Sinnhaftigkeit. Modelle dafür zu finden ist Aufgabe internationaler Hilfsorganisationen wie der Dorfbewohner. In den Bergen Nepals findet man mehr und mehr Initiativen, die mit angepasster Technologie arbeiten und verantwortungsvolle Maßnahmen setzen. Auf diese Weise kann der Tourismus einen substanziellen Beitrag zur positiven Modernisierung leisten, einer Entwicklung, die dem Rhythmus der Dörfer des Himalaya mehr entspricht und den Besuchern die Möglichkeit bietet, dem Himalaya auch menschlich etwas näher zu rücken.

Das Rolwaling Öko-Tourismus Projekt

„Es ist schon eine sehr entlegene Gegend hier!“ Thundu Sherpa, Dorflehrer und Besitzer der einzigen Lodge im kleinen Dorf Simigaon, am Fuße des heiligen Berges Gauri Shankar, freut sich über jeden Touristen. An die 600 kommen im Jahr durch das Rolwaling Tal, ein bisschen zusätzliches Einkommen bewirkt das, aber nicht viel, denn fast alle Touristen buchen in Kathman-

du einen *full organized trek*. Bis zum Spiegelei wird alles aus der Hauptstadt mitgetragen. Thundu vermietet auch einen der wenigen ebenen Plätze, dort werden die Touristenzelte aufgeschlagen. Gleich daneben liegen die Hirsefelder seines Vaters. Renorbu Sherpa war einst Postläufer für Edmund Hillary und obwohl er schon auf die siebzig zugeht sieht er aus, als käme er gerade von einem Gipfel zurück. Ein glücklicher Alter, zufrieden mit sich und seiner Welt. „Von September bis Dezember, wenn alle jungen Burschen unseres Dorfes auf Expedition sind oder Trekkinggruppen begleiten, gibt es außer mir keine Männer im Dorf. Zurück bleiben nur die Kinder und die Frauen.“ Die haben es dann besonders schwer, müssen sich nicht nur um Haus und Kinder, sondern auch um die Ernte kümmern.

Simigaon ist kein Einzelfall. Im gesamten Dholaka-Distrikt, im Nordosten des Landes gelegen und etwa 180 km von Kathmandu entfernt, leben die Bauern von ihren Felderträgen. Während die Zahl der Kinder steigt, nimmt trotz erheblicher Mengen von Kunstdünger die Fruchtbarkeit der Böden ab. Oft reicht die Ernte nur für ein halbes Jahr oder neun Monate. Die Männer sind dann gezwungen woanders Geld zu verdienen. Sie arbeiten als Träger, als Helfer auf den



Trinkwasser kommt ins Dorf.

Teeplantagen in Darjeeling oder irgendwo als Tagelöhner. Viele finden nicht mehr zurück zu Frau und Kind, verschwinden irgendwo auf der Suche nach einem besseren Leben.

Auf einem Plateau oberhalb des Ortes schlichten die Dörfler Stein auf Stein für ein neues Gästehaus. Von hier sollen einmal erschöpfte Trekker einen herrlichen Ausblick hinunter auf das grüne Tal mit dem schäumenden Bhoté Kosi, dem „Fluss, der aus Tibet kommt“, und hinauf zu den steilen Flanken des eisbedeckten Doppelgipfels des heiligen Berges Gauri Shankar genießen.

Dieses Grenzgebiet zu Tibet durchwandern nur Reisegruppen mit einem lizenzierten Führer. Über den fast 5800 m hohen Trashi Lapsa-Pass führt ein weiter Weg in den Mount Everest-Nationalpark, vorbei am berühmtesten Tso Rolpa, dem Gletschersee, der vor einigen Jahren auszubrechen drohte. Daraufhin wurde mit internationaler Hilfe der Spiegel des Sees gesenkt und die Gefahr einer riesigen Flutwelle, die alle Dörfer mitgerissen hätte, gebannt. Die Landschaft im Schatten der Bergriesen ist gewaltig, aber was haben die Einheimischen davon? Verdient haben bislang in erster Linie die Trekkingagen-

turen im fernen Kathmandu und die Reiseanbieter *overseas*.

Tourismusentwicklung mit Maß und Ziel

Seit etlichen Jahren läuft ein Entwicklungsprojekt im Rolwaling Tal und im südlich gelegenen Hügelland. Nepal pur – wogende Reis- und Getreideterrassen, das bunte Treiben der Dörfer, lärmende Kinder und phantastische Blicke auf die weißen Gipfel. Die Bevölkerung – ein pittoreskes Gemisch aus verschiedenen ethnischen Gruppen und Kasten, Hindus und Buddhisten. Zusammen mit den Dorfgemeinschaften wird hier ökologisch und kulturell vertretbarer Tourismus aufgebaut. Sanft, mit Maß und Ziel, mit Geduld und Zeit, im Rhythmus des Himalaya. Projektträger ist Eco Himal, die Gesellschaft für ökologische Zusammenarbeit Al-



Full service - Trekking-Gruppe beim Frühstück

pen-Himalaya. Seit 1991 im Himalaya tätig, betreibt die Gesellschaft eine Reihe regionaler Entwicklungsprojekte. Armut verringern und Arbeit schaffen sind die vordringlichen Zielsetzungen der österreichischen Entwicklungszusammenarbeit, die den Einsatz finanziert.

„Jegliche Arbeit erfolgt mit und durch die Dorfgemeinschaften. Wir sitzen stundenlang unter den Bäumen, hören uns an, welche Probleme bestehen, versuchen herauszufinden, für welche wir eine Lösung finden können. Kommunikation und gemeinsame Planung sind das Um und Auf!“ Projektleiter Max Petrik ist mit seinem Team in rund 20 Dorfgemeinschaften präsent. Um diese später in einem Öko-Tourismusprojekt zusammenzubringen, waren zuerst einmal die ganz einfachen infrastrukturellen Vorleistungen mit den Einheimischen zu schaffen: Mehr als tausend Toiletten wurden gebaut und alle Dörfer haben jetzt gutes Trinkwasser. Hygiene, Gesundheitsvorsorge, Umweltschutz – während der Regenzeit wird studiert, gibt es Kurse in Schreiben, Lesen, Rechnen und Englisch. Die erste Öko-Lodge, eine Art „Energiesparhaus“ mit Solarenergie, dient auch als Trainingszentrum. Die Einkünfte aus dem Tourismus sollen für soziale Dienstleistungen verwendet werden. Nicht einzelne sollen den großen Schnitt machen, sondern das ganze Dorf soll verdienen. Dieser armutsreduzierende Tourismus bezieht die Dorfleute als Akteure nicht nur ins Geschehen ein, sondern sieht sie als die eigentlichen Träger wie Nutznießer aller Bemühungen um wirtschaftliche und soziale Entwicklung.

Alle ziehen an einem Strang

In der kleinen Siedlung Yarsa, zwei Tagesmärsche von Simigaon entfernt, setzt man bei der Anlage eines Campingplatzes auf das „Zehn-Minuten-Konzept“. Jeder Dorfbewohner muss sich zehn Minuten täglich oder einen



Chetri-Frau, die in Woran ein *community development*-Projekt leitet.

Tag im Monat an der Gemeindefarbeit teilnehmen, seinen persönlichen Teil zur Entwicklung des Dorfes beitragen. Nach anfänglichem Misstrauen haben die Bauern die Projektidee verstanden, sind überzeugt und ziehen mit.

„Wenn wir Reis anpflanzen, rechnen wir mit einer Ernte. Ähnlich erwarten wir Einkünfte von unserem Zeltplatz.“ Kul Bahadur Thakuri hat sich bereit erklärt, auf dem Campingplatz Toiletten, Duschen und eine kleine Küche für die Trekkinggruppen zu bauen, sein Nachbar Ashok wird ihm helfen. Das Geld, das die Wanderer einmal für die Benutzung des Campingplatzes zu zahlen haben, verhilft der Dorfgemeinschaft zu einem kleinen zusätzlichen Einkommen. Wofür es verwendet wird, entscheidet das dörfliche Entwicklungskomitee. Aus jedem Haushalt können zwei Personen im Entwicklungskomitee Mitglieder werden, damit die Frauen des Himalaya auch eine Stimme haben, mitreden und mitentscheiden können. Unter dem Titel *Pro-poor Sustainable Tourism* findet man in etlichen Ecken des Himalaya Projekte, denn dass Tourismus helfen kann, Armut zu überwinden hat sich herumgesprochen – bei internationalen Entwicklungshilfeorganisationen und auch bei der Welttourismusorganisation WTO.

„Ein paar Wasserhähne für Trinkwasser wären für das ganze Dorf eine feine Sache, besonders für die Frauen, die das Wasser jetzt aus dem

Fluss holen müssen“, meint Bir Maya, eine stolze Tamang-Frau mit schönem Messingschmuck. Sie ist über 70, schleppt sich aber jeden Tag den Rücken krumm mit Wasserkrügen, Grünfutter und Feuerholz. Den jungen Frauen geht es nicht anders. Zwei Stunden hinunter zum Fluss und drei wieder hinauf, tagaus, tagein – so vergeht ihr Leben.

In entlegenen Bergregionen kann sorgfältig geplanter Tourismus einen wertvollen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen leisten und er kann helfen, die Abwanderung der Bevölkerung in die Städte zu verhindern, indem er vor Ort Einkommen schafft. Neue Ideen wurden entwickelt, etwa die Einführung von Obstplantagen und Küchengärten. Um langfristig den Tourismus als zweite Einkommensquelle zu nutzen, muss das Produkt aber den Bedürfnissen der Touristen entsprechen. Die Qualität der Unterkünfte und der Dienstleistungen sind erheblich zu verbessern, auf die Einhaltung von Hygiene- und Sicherheitsstandards muss streng geachtet werden. Die Mitarbeiter von Eco Himal schulen Bergbäuerinnen in *keitchen and lodge management* und trainieren nepalesische Trekkingguides. Weil immer mehr Touristinnen weib-

liche Begleitung verlangen, wurden in den vergangenen Jahren etwa 40 junge Frauen in einem *female outdoor leadership training* zu Trekkingführerinnen ausgebildet, angeleitet von einer Everest-erfahrenen Sherpani. Sie sollen die Touristen sicher durch die Berge führen und ihnen auch vermitteln, sich verantwortungsbewusst mit den Menschen und der prachtvollen Natur dieser Region auseinanderzusetzen.

Der Artikel ist die Kurzversion eines Beitrags aus dem Buch *Auf der Suche nach dem Ort des ewigen Glücks – Kultur, Tourismus und Entwicklung im Himalaya*, das von Kurt Luger im StudienVerlag Innsbruck-Wien demnächst erscheinen wird.

Zum Autor

Kurt Luger ist Vorsitzender von *Eco Himal* und Professor für Transkulturelle Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg.

Weiterführende Literatur

Herbert Baumhackl, Gabriele Habinger, Franz Kolland, Kurt Luger (Hrsg.): *Tourismus in der Dritten Welt*. Frankfurt 2006.

Patricia East, Susan Höivik, Max Petrik, Sara Shneiderman, Mark Turin: *The Gauri Shankar Trekking Area* (including Rolwaling). A Cultural Tour Book. Kathmandu 2003.

Susan Höivik, P.T. Sherpa Kerung: *More than Mountains*. Experiencing and Understanding Nepal. Kathmandu 2004.

Kurt Luger, Christian Baumgartner, Karlheinz Wöhler (Hg.): *Ferntourismus – wohin?* Der globale Tourismus erobert den Horizont. Innsbruck 2004.

Sanjay Nepal: *Tourism and the Environment*. Kathmandu-Innsbruck 2003.

Pitamber Sharma (Hg.): *Tourism as Development*. Case Studies from the Himalaya. Kathmandu-Innsbruck 2000.

Himalaya-Tourismusstudie: www.ecohimal.org